

# INFORME DE TENDENCIAS DE MERCADO



Temporada de verano 2024

Instituto de Turismo de España (Turespaña)

[www.tourspain.es](http://www.tourspain.es)

© Publicado por Instituto de Turismo de España (Turespaña)

Texto: Oficina Española de Turismo de Copenhague

NIPO: 219-24-018-5

Abril 2024



### TABLA DE CONTENIDO

Coyuntura económica

Factores político sociales

Evolución reciente de la demanda turística

Indicadores de prospectiva

Principales conclusiones

### COYUNTURA ECONÓMICA

La economía danesa se está comportando ligeramente mejor que el resto de economías de su entorno, tomando como patrones de comparación los principales países europeos y sus vecinos nórdicos. El binomio crecimiento-inflación ha retornado a la senda deseada, con un aterrizaje de la inflación y un crecimiento moderado pero sostenido. Este entorno hace que la incertidumbre sobre el resto de 2024 sea limitada, ayudada por el empuje en la economía del sector farmacéutico. Se considera que la política fiscal prevista en Dinamarca se ajusta adecuadamente al ciclo económico.

El porcentaje de gasto del consumidor se recupera y la tasa de hogares de clase media sigue creciendo año a año. En general datos que invitan al optimismo, pero no lo suficientemente robustos como para garantizar una tendencia que se traslade a 2025,

#### CUADRO MACROECONÓMICO

	2022	2023	2024 (previsión)
<b>PIB real</b> (% variación interanual)	2,7	0,7	1,5
<b>PIB nominal per cápita (euros)</b>	64.357	63.129	66.478
<b>Gasto consumidor</b> (% variación interanual)	5,7	4,3	5,1
<b>Población empleada (miles)</b>	2.868,1	2.881,3	2.899,6
<b>Tasa de desempleo</b> (% sobre población activa)	2,6	2,8	3,0
<b>IPC</b> (% variación interanual)	7,7	3,3	0,5
<b>Tasa de hogares de clase media (%)</b>	72,5	73,7	74,7

Fuente: Oxford Economics.

	2022	2023	2024*
<b>TIPO DE CAMBIO (corona danesa/euro)</b>	7,440	7,451	7,458

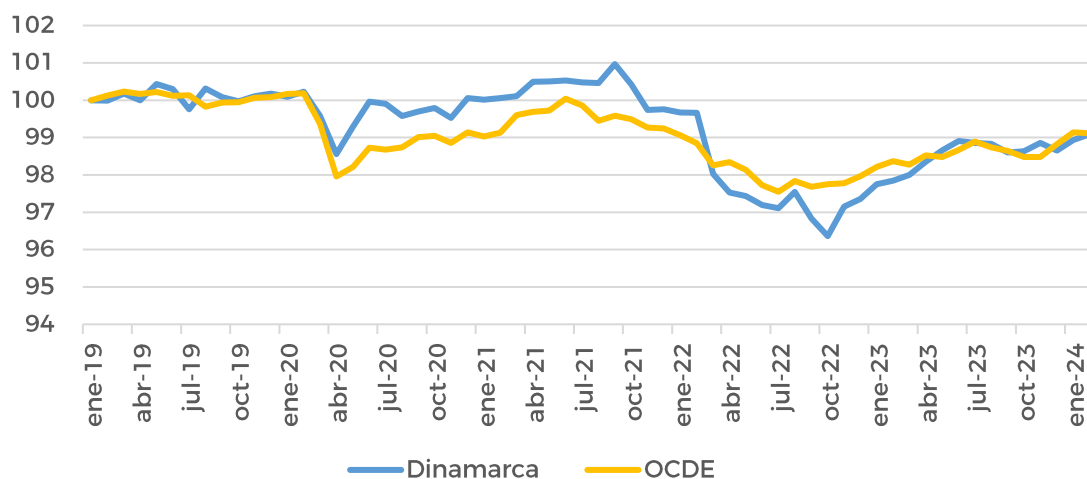
2022 y 2023: media anual  
2024\*: último día del último mes completo (28 marzo).

Fuente: Banco Central Europeo.

En el siguiente gráfico se muestra el Índice de Confianza del Consumidor elaborado por la OCDE. El índice desde 2023 se comienza a acompasar con el promedio de la OCDE y apenas muestra grandes diferencias. Los valores parecen lentamente retornar

al valor de 100 una vez pasadas las turbulencias asociadas al estallido de la guerra en Ucrania la crisis energética o la inflacionaria, entre otras. Marzo cierra con ambos índices coincidiendo en un valor de 99.

### Índice de confianza del consumidor



5

Fuente: Elaboración propia, datos OCDE (Consumer Barometer).

## FACTORES POLITICO SOCIALES

El país sigue siendo un líder en áreas como el cambio climático y la igualdad social y se espera que continúe siendo un actor importante en la escena mundial. El comienzo del año ha estado marcado por la abdicación de la reina Margarita II en su primogénito Federico X. Este cambio ha sido asumido por la sociedad danesa de una forma positiva por su popularidad y por ser símbolo de una monarquía moderna, dando continuidad a un Estado ya de por sí sólido y estable.

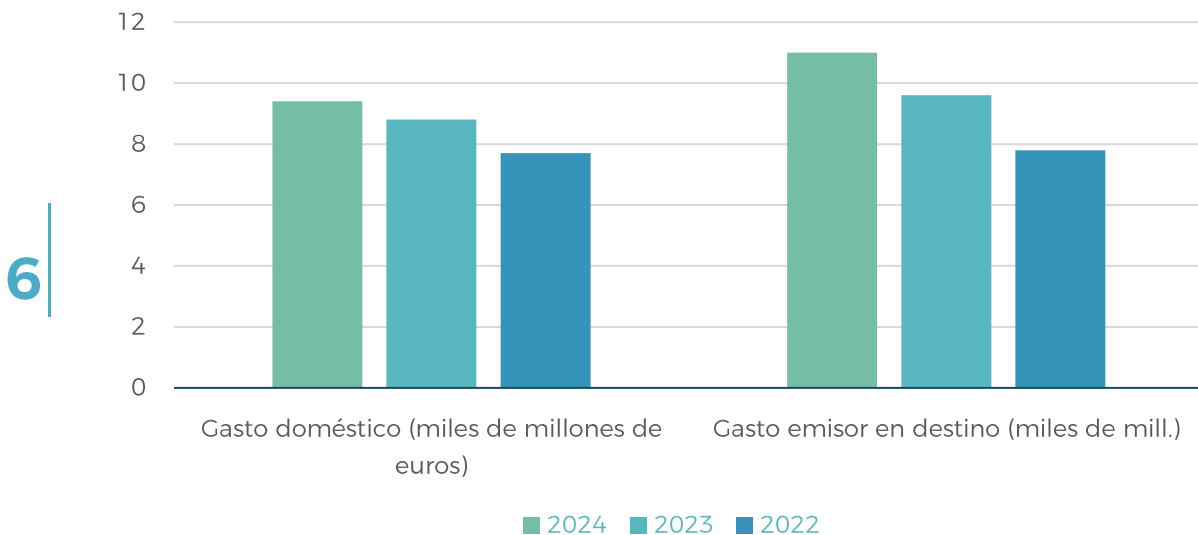
El porcentaje de clase media aumenta y la bonanza económica se traslada a una población optimista y abierta, propensa a los viajes. Tendencias sociales como la *vergüenza de volar* o la turismofobia en origen parecen no afectar significativamente al grueso de la demanda hacia los operadores turísticos. No obstante, no es descartable que estos factores, y especialmente los efectos en verano del cambio climático, afecten de forma decisiva a la concepción que la población danesa tiene de los destinos vacacionales tradicionales.

Otros temas importantes socio políticos en la actualidad son las reducciones de la cuota de CO<sub>2</sub> en la agricultura y el desastre ecológico provocado por la empresa de residuos tóxicos Nordic Waste.

### EVOLUCIÓN RECIENTE DE LA DEMANDA TURÍSTICA

Los últimos datos disponibles de la demanda nos muestran un crecimiento moderado del nivel de gasto turístico en 2024.

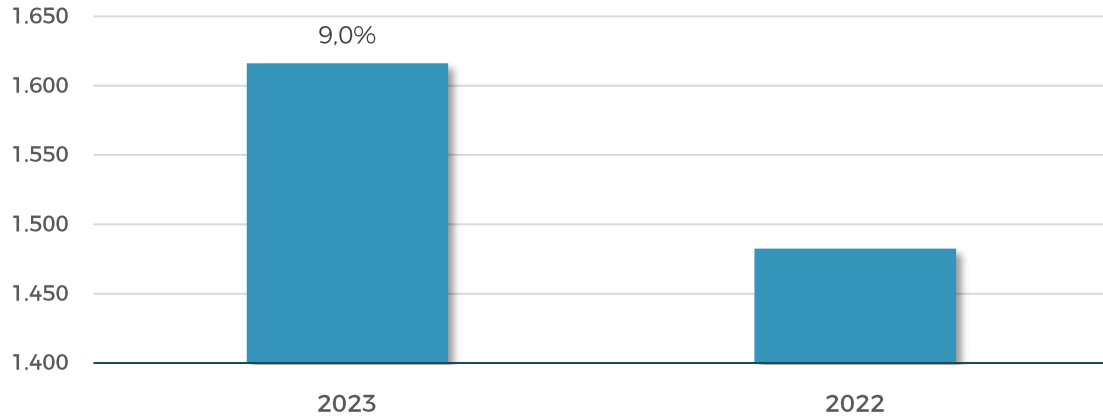
#### Evolución gasto turístico



Fuente: Oxford Economics

Las cifras de Oxford Economics, arrojan mayores volúmenes para el turismo internacional emisor que para el receptivo. El gasto en viajes de turistas extranjeros hacia Dinamarca en 2024 se estima en aproximadamente 9,1 millones de euros, creciendo así casi un 7% respecto a 2023 y un 22% respecto a 2022. En el gasto de viajes internacionales el aumento es considerable, aumentando un 15% respecto a 2023 y un 41% en 2024, llegando a sobrepasar los 11 mil millones de euros. Estos datos son consecuentes con las cifras macroeconómicas vistas al comienzo del informe, que reflejan una mejora en las condiciones económicas de la creciente clase media y una predisposición a viajar sin escatimar en gastos.

Gasto de los turistas daneses en España (millones €) y tasa de variación interanual (%)



Fuente: Estimación Turespaña a partir de datos INE

Según datos de Egatur (INE), el gasto de los daneses en España presenta tasas de crecimiento interanual en la misma dirección y magnitud: el crecimiento interanual supera la tasa de inflación.

7

## INDICADORES DE PROSPECTIVA

### Percepción, consideración e intención del viaje

España aparece como destino turístico líder frente a sus competidores en la mente de los daneses para la temporada de verano, mejorando incluso las ya positivas posiciones de la temporada de invierno. Seguida muy de cerca por Italia en todos los índices, el tercer destino se lo lleva Alemania. Alemania aparece entre países tradicionalmente turísticos en buena medida por ser un país fronterizo y puerta hacia el resto del continente europeo, Grecia se sitúa como tercer destino en intención de compra a tan solo dos puntos de Italia. Portugal queda relegado a la quinta posición en los 3 índices y es en satisfacción donde mejor puntúa.

# INFORME DE TENDENCIAS DE MERCADO

DINAMARCA Temporada de primavera/verano 2024

## ÍNDICES DE CONSIDERACIÓN

Ranking	Destino	2024 (%)	2023 (%)
1	España	36,4	37,1
2	Italia	34,0	34,1
3	Alemania	28,8	28,5
4	Grecia	27,4	31,0
5	Portugal	19,9	20,0

## ÍNDICES DE INTENCIÓN DE VIAJE

Ranking	Destino	2024 (%)	2023 (%)
1	España	13,6	16,7
2	Italia	11,5	9,8
3	Grecia	9,5	11,8
4	Alemania	9,2	10,5
5	Portugal	3,7	3,6

## ÍNDICES DE SATISFACCIÓN

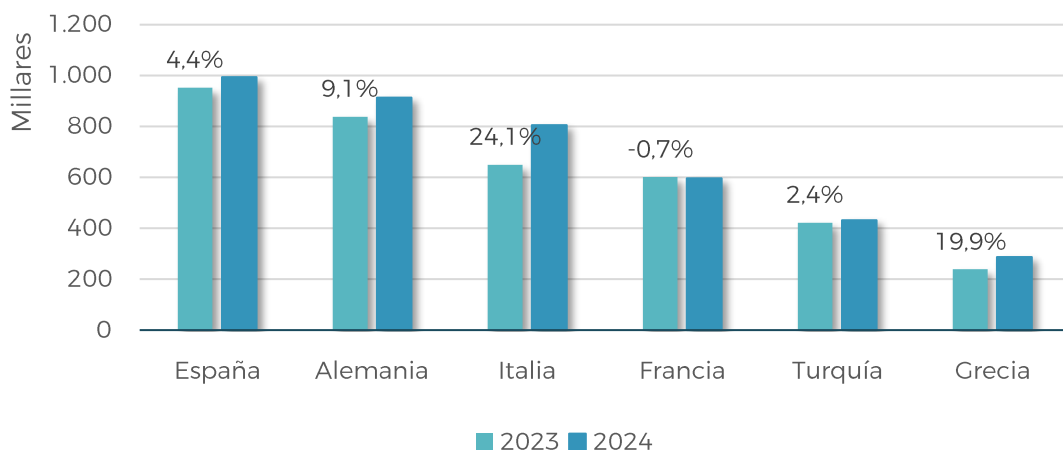
Ranking	Destino	2024 (%)	2023 (%)
1	España	66,2	69,2
2	Italia	65,4	63,7
3	Alemania	63,6	62,7
4	Grecia	62,7	65,7
5	Portugal	61,1	64,9

Fuente: <https://es.yougov.com/>

8

## Previsiones de vuelos

### Asientos programados para la temporada de primavera/verano 2024



Fuente: OAG Schedules Analyser

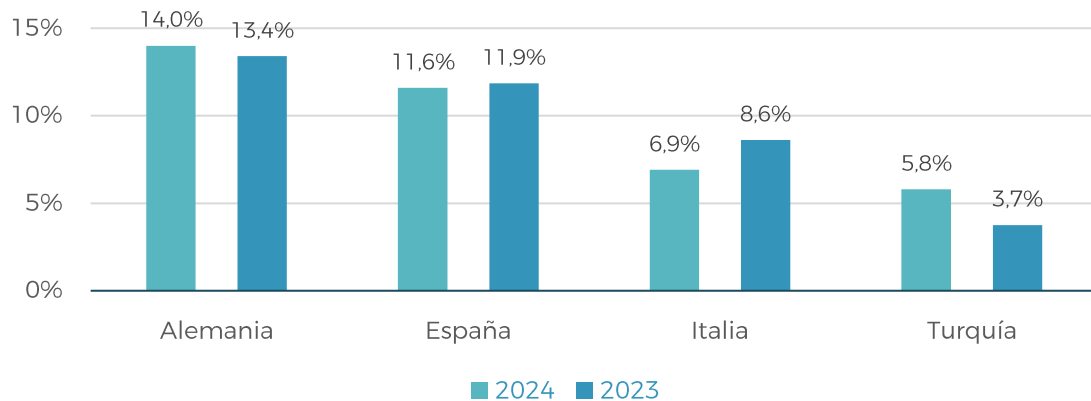




Las capacidades programadas para España entre el 1 de abril y el 30 de septiembre aumentan, siendo el destino con mayor capacidad, casi un millón de asientos. A pesar de haber experimentado una ligera bajada de la capacidad durante la temporada de invierno y ceder la primera plaza a Alemania, el verano nos sitúa de nuevo en cabeza. Destacan el fortalecimiento de Italia con un 24% y de Grecia un 20%. Turquía amplía también capacidad, consolidando su apuesta por el mercado danés.

### Búsquedas y reservas

#### Cuota de búsquedas de alojamiento. Marzo 2024 vs marzo 2023



Fuente: Google Destination Insights - explotación Turespaña

El gráfico anterior recoge las cuotas de búsqueda de alojamiento en Google de España y los 3 principales destinos competidores hasta el mes de marzo respecto al mismo mes del año anterior. Nos encontramos en segunda posición tras la vecina Alemania, pero con una importante diferencia respecto a Italia y Turquía.

Los mayores cambios entre el total de países son la caída de Italia el crecimiento de Turquía y la caída de Francia, queda por debajo de la anterior.

Hay diversas motivaciones que pueden explicar estos cambios. El mejor o peor posicionamiento de los destinos o la variación de los tiempos de reserva y aumento de búsquedas de último minuto son dos de ellas.

### PRINCIPALES CONCLUSIONES

En general los datos observados presentan una tendencia moderadamente positiva respecto a la predisposición de la población danesa para viajar a España en el próximo verano.

La disminución de la intensidad de la inflación en origen favorece que aumenten la tasa de ahorro y la capacidad de gasto de la potencial población viajera. El positivo entorno macroeconómico hace que durante 2024 continúe previsiblemente el crecimiento de los principales índices económicos a nivel personal y de gasto en actividades turísticas.

De cara al verano y el próximo año, la necesidad de consolidar el liderazgo en intención de viaje, consideración y satisfacción serán claves para hacer frente a los destinos internacionales alternativos, especialmente para España debido a su elevado índice de consideración, repetición y conocimiento de la oferta en destino. Los competidores presentan en general cifras positivas o muy positivas interanualmente, por lo que aspectos como la capacidad aérea y la satisfacción serán decisivos para el mantenimiento por parte de España de su posición privilegiada como destino extranjero para los daneses. La conciencia medioambiental y el *flygskam* no deben desdeñarse como factores crecientes a la hora, no solo de planificar un viaje, sino de considerar o no un destino. Las actuaciones de los destinos en este campo han de ir destinadas a tener un efecto medible y directo, no solo cosmético, que apoye al destino y lo diferencie del resto.



GOBIERNO  
DE ESPAÑA

MINISTERIO  
DE INDUSTRIA  
Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO  
DE TURISMO

TURESPAÑA

